

一支口红能带来什么?

文 / 摄 本报记者 钟兰

都说全球经济不容乐观,可是谁也抵挡不了女人们对化妆品的购买热情。这就像著名的“口红效应”一样——即使经济再不好,女人们还是很需要一支漂亮的口红,来给自己注入信心。

当然,眼下杭州的女人们显然并没有受到太多金融风暴的影响,买起化妆品来依然不会手软。本周末,杭州本年度最炫最实惠最有看头的化妆品节来了,据说今年的化妆品节有四大看点:疯狂的开幕礼、惊喜的满额赠、独有的品牌日以及超值换购。主办方银泰百货武林店胸有成竹地表态,今年的化妆品节就像疯狂的嘉年华一样,让你既能买到实惠,又能过足眼瘾、玩得刺激。

》》杭州女人的“口红效应”

关于杭州女人对大牌化妆品的消费能力,在一众品牌媒介经理那里留下了极深的印象:兰蔻单日销量全国冠军;全球限量发售的天价面霜,杭州就占了全国销量的五分之三;大牌彩妆发布,杭州往往是最第一站……

在美国,“口红效应”被认为是一种有趣的经济现象。有学者发现,每当经济不景气时,口红的销量反而会直线上升。这是因为经济不景气的时候,人们的消费欲望并没有随之下降,而是把眼光放到了相对廉价的商品上,以求得心理安慰。而女人们发现,抛弃掉繁多的而且费钱的化妆步骤,仅仅用一支漂亮的口红就能满足她们对美的需求。

一场1.4折起的化妆品特卖能掀起多大的浪潮?前几天的伊丽莎白雅顿特卖会告诉我们,这个力量是惊人的:原定三天的特卖,杭州女人只用了几个小时,就将所有的货品一扫而光。

特卖场所选在了利星名品广场,并且,一切都很低调,没有大肆的媒体宣传,购买者的身份也进行了相应的限制……尽管如此,记者在现场看到,前来血拼的女人真的很疯狂,四处都是抢空了的纸盒子以及塑料包装纸。折扣真的很低,超乎你的想象:一支原价740元的抗皱笔打完折只要100元;五色的浓情眼影盒原价380元,优惠价是70元;雅顿著名的8小时润泽护手霜原价要350元,2折后售价70元……这些平时你根本不敢想象的价格,如今就这么活生生地出现在你身边,也难怪女人们如此疯狂了。

大牌们新品很多 优惠套装也很多

为什么大牌化妆品纷纷选在3月份做特卖?业内人士一语道出玄机,不少大型的化妆品集团由于2008年金融风暴的影响,业绩有些下滑,所以需要在2009年的春天拉动销售。而化妆品是特殊的商品,零售价绝对不可能降低,所以做特卖或者推出优惠套装,就无疑成为最好的拉动销售的办法。

不止是银泰百货,杭州不少商场比如杭州大厦、解百商场也针对3月开始了化妆品的促销活动,VIP会员还能享受特享的礼物,虽然各个商场的活动力度不一样,但是可以肯定的是,整个3月,有关化妆品的活动特别多,只要多逛多留意,是一定能淘到便宜货的。

M.A.C 推出 HELLO KITTY M.A.C 限量版喵喵系列,据说色彩灵感来源于童话世界中梦幻般的 HELLO KITTY,并融合 M.A.C 2009 年春夏潮流趋势——将饱和的湛蓝、蜡笔的粉红、靓丽的橙黄,前所未有的融合在黑色酷感的 KITTY M.A.C 限量包装中,给了粉嘟嘟的 KITTY 全新 Q 酷形象。

善于运用海洋和能量元素的 LA MER 海蓝之谜,将多种海洋萃取精华与珍贵天然矿石运用于美白系列之中,推出了 2009 年限量版超凡美白套装。

法国奢侈化妆品品牌 Sisley 希思黎最近发布“植物焕白系列”新品——植物焕白洁肤乳,推出了全国尊贵套装,包揽了“植物焕白系列”全线产品,为肌肤度身定制焕白盛宴。

倩碧则以彩妆新品为主,给我们呈现了幸福小女人形象——“花舞娇妍美人妆系列”,具有幸福甜蜜感的颊彩,是最美的“自然真脸庞”。

兰蔻春妆“粉红叛逆系列”,集柔美与个性于一身,以充满活力的粉桃红色展现青春妆感,“晴彩四色眼影盘”可运用盒内多种粉红眼影,打造出粉红烟熏眼妆。

M.A.C 也推出了限量三色眼影盘(Royal Tour 系列),3 种不同深浅的紫粉色眼影,很适合春夏妆容。



优惠礼盒



Mac 便捷套刷 580 元(限 70 套)



Biotherm 美体塑性礼盒 820 元



① 娇韵诗恒润保湿霜礼盒 490 元

② 完会纤体精华(又瓶装) 720 元